

证券代码：001206

证券简称：依依股份

天津市依依卫生用品股份有限公司

2023年9月5日投资者关系活动记录表

编号：2023-009

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时间	2023年9月5日（周二）下午 13:30-16:50
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司参与人员姓名	1、董事长兼总经理高福忠先生 2、董事、董事会秘书兼财务总监周丽娜女士
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： Q1：公司的供应链管理策略是什么，以确保原材料的及时供应？ 您好，公司生产所需多种原材料与大宗商品相关。原材料采购分为国内采购与进口，如绒毛浆以及部分高分子为进口，其他原材料多为国内采购，公司是宠物一次性用品规模较大的制造商，在甄选供应商程序较为严苛，主要会选择与行业龙头企业合作，在符合公司采购标准的前提下，会与供应商

签订战略合作协议，以确保原材料及时供应。谢谢！

Q2: 公司如何在宠物卫生护理领域实现了市场消费升级？有哪些具体的产品创新？

您好，随着家庭收入的增长，饲养者更有意愿为提高宠物生活质量付出更高的成本，宠物消费也从之前必需的食品消费、医疗消费逐步扩大到宠物卫生用品以及宠物商店提供的宠物美容、宠物培训等。家庭收入的提高同时也使得饲养者更愿意为自己的宠物购买宠物垫、宠物尿裤等卫生用品，进而提高宠物的体验感与环境的舒适度。公司不断根据市场需求进行产品功能的研发与品质的提升，驱动宠物卫生护理产业的消费升级，凭借多年对宠物卫生用品市场需求的敏锐观察及反应的经验，在不断满足不同地域、不同品牌商对应的最终消费群体对宠物垫的大小、薄厚、吸水性、环保性、功能性等方面不同需求的过程中，建立完善了自己的产品研发体系。为培养宠物定时定点如厕的习惯，公司开发了添加诱导剂的宠物垫，通过诱导剂引导宠物在宠物垫排尿，以保持饲养者居住环境的干净整洁。为满足消费者所在地环保要求，通过使用可降解的材料，公司研发出具有可降解环保性能的宠物垫。为避免宠物垫被宠物啃咬，公司开发出了具有防啃咬功能的宠物垫。此外，公司还推出了具有固定魔术贴的宠物垫、防滑设计、湿度显示功能、快干功能、竹炭、抗菌、防撕咬、除臭剂等具有各种功能的宠物垫。公司的产品研发方向朝着环保、健康化发展，目前在研的有抗螨抑菌可降解一次性宠物尿垫、尿裤，超柔透气型失禁宠物尿垫等。谢谢！

Q3: 依依卫生用品的主营业务的未来发展方向和战略是什么？

您好，公司将专注宠物用品领域。未来公司将重点加强对国内、外宠物用品市场的开发力度，依托公司规模化生产优势，巩固和提升国外市场份额，积极拓展国内蓝海市场，实现国际市场和国内市场双轮驱动。谢谢！

Q4: 公司如何看待竞争对手在卫生护理领域的表现？公司有何独特的竞争优势？

您好，国内的宠物卫生护理用品企业，都是从海外代工慢慢发展起来，也都取得不错的成绩，我们要做的是把行业蛋糕做大，让中国制造的宠物卫生用品走向更多的国家和地区，共同推进行业发展。历经二十余年的发展，公司充分利用宠物护理产业的先发优势，以高标准的产品为基石，锐意创新，

前瞻性的完成上游产业链的战略布局，不断实现客户资源深度与广度的持续拓展延伸。目前公司在宠物卫生护理领域，无论在全球市场规模，还是行业地位层面均取得了较为突出的成就。公司的核心优势主要体现在稳定的客户资源、规模化生产能力、优秀的产品研发设计能力、高品质的产品保障、精细化管理等方面。谢谢！

Q5:你好！请问公司提到美国自 2023 年 6 月有关税，7、5%，对公司的美国销售有无影响？谢谢！

您好，目前出口到美国的宠物一次性用品自六月份加征 7.5%关税，暂未对销售产生较大影响。谢谢！

Q6:全球宠物经济持续增长，公司对未来宠物经济发展有何看法？是否存在潜在的市场机会？

您好，从今年的全球宠物经济消费形势来看，在诸多不利因素影响下，依然保持稳定的增长。对于整个全球的宠物经济以及国内市场的未来，公司充满信心。公司的宠物一次性卫生用品即使在养宠相对发达的欧美市场，产品渗透率依然存在较大的增长空间。而国内宠物用品目前仍处于初期阶段，主要是与国外养宠习惯有较大差异，另外国内针对文明养宠的相关法律、法规制度还不太完善，环保意识也有待提高，宠物一次性卫生用品在国内需求增长较慢。不过中国宠物经济发展处于高景气度，未来宠物用品有望持续提升，相信未来国内市场的发展潜力巨大。谢谢！

Q7:你好！现在六月份美国开始加征关税，7.5%，对公司的销售影响？谢谢周女士！

您好，公司的核心优势主要体现在稳定的客户资源、规模化生产能力、优秀的产品研发设计能力、高品质的产品保障、精细化管理等方面。目前出口到美国的宠物一次性用品自六月份加征 7.5%关税，暂未对销售产生较大影响。后续公司一方面持续提升欧美市场份额，另外将加大力度拓展宠物经济增速较快的新兴国家，扩大市场占有率。谢谢！

Q8:请提供公司的研发支出数据，并解释其在业务发展中的重要性。

您好，2023 上半年，公司研发投入 1,188.64 万，同比上涨 25.16%。公司的研发主要为产品研发和设备研发两个方面。产品研发方向朝着环保、健康化为主，目前在研的有抗螨抑菌可降解一次性宠物尿垫、尿裤，超柔透气

型失禁宠物尿垫等。设备研发方向主要是围绕提升产线效能、自动化升级。研发投入为公司产品升级、提升产品的核心竞争力、加强市场开拓以及公司的可持续发展奠定良好的基础。感谢您的关注！

Q9: 依依卫生用品的生产工艺和制造能力是否能够满足未来市场需求的增长？

您好，在生产工艺方面，稳定的产品质量在原材料的选取、原材料的配方、工艺的设计、设备的优化、生产过程的控制、产品质量检测等方面都有较高的技术要求，而达到这些技术要求需要较长时间的技术积累。此外，研发设计符合不断变化的宠物消费需求产品，需要长时间不断的对市场进行调研。宠物的形态、大小不一，需要多种多样、多功能的产品，依依股份的最大优势就是能生产多样的、多功能产品。在产品方面，公司保持高研发投入进行功能设计，以提升产品的盈利水平。未来产品研发方向朝着环保、健康化为主，将满足更多地域、更多品牌商对应的最终消费群体对产品的大小、薄厚、吸水性、环保性、功能性等方面的不同需求。在产能方面，公司将完善募投项目的建设和实施，进一步释放产能，提升收入水平和盈利能力。新建厂区积极引进现代人工智能技术，全方位降低人工成本，助力公司降本增效。谢谢！

Q10: 公司的战略定位是什么？如何计划在宠物卫生护理领域保持领先地位？

您好，公司在宠物卫生用品领域深耕多年，以“做宠物卫生护理用品的引领者”作为公司的发展使命，以“致力于打造完美宠物卫生护理用品”作为公司的发展愿景，通过紧跟市场发展趋势，把握客户需求变化，不断提升规模化生产供应能力及产品品质，致力于打造从产品研发、生产到销售的全产业链企业，为宠物用品市场提供更优质的一次性卫生护理用品。公司将持续巩固在客户资源、规模化生产、产品研发设计、产品质量以及精细化管理等方面的优势，坚持国外加国内市场的双驱动策略，重点发力自主品牌，实现国内外业务收入的持续提升。目前公司以宠物垫、宠物尿裤为主的宠物一次性卫生护理用品出口额占国内海关同类产品出口额的比例连续多年在30%以上，市场占有率水平相对较高，排名领先，市场地位较为稳固。谢谢！

Q11: 公司是否对营收下滑的原因进行了详细分析？是否有计划来应对

去库存周期的影响？

您好，2023年上半年公司实现营业收入6.28亿元，同比下降14.06%，相比一季度降幅19.51%进一步收窄；实现归母净利润为4,496.45万元，同比下降31.13%；扣非后归母净利润为4,332.73万元，同比下降11.58%，相比一季度扭亏为盈。一季度受客户主动增加备货后去库存周期的影响，业绩出现下滑。二季度随着部分大客户逐步恢复正常下单以及全球市场的稳步拓展，产品的出货以及订单各方面均有较大幅度的回升，公司营收下滑比例收窄，同时单季度实现扣非后归母净利润4,796万元，同比增长40.13%。

针对下游主要客户去库存周期的影响，公司积极参加国内外大型宠物专业展会，大力扩展、挖掘潜在客户，目前新拓展的客户目前已经贡献收入，新客户营收占比5%左右。展望下半年，经营情况将持续向好，销量增速有望环比提升。谢谢！

Q12: 公司在全球市场的扩展方面有何计划？是否有具体的国际市场战略？

您好，海外市场一直是依依股份关注的重点，目前外销业务占比较大，未来还将持续拓展海外市场，特别是在海外客户去库存周期基本结束背景下，积极开发新客户。开拓海外客户的途径包括（1）竞标，通过招投标的方式开拓新客户；（2）通过参加国内外大型宠物展会挖掘新客户；（3）老客户介绍。随着经济活动逐渐复苏，公司将积极参加国内外展会，加快新客户的拓展。谢谢！

Q13: 是否有在生产中采用绿色和可持续的材料的计划？

您好，公司产品研发方向朝着环保、健康化为主，目前在研的有抗螨抑菌可降解一次性宠物尿垫、尿裤，超柔透气型失禁宠物尿垫等。谢谢！

Q14: 归母扣非净利润下降了11.58%。公司计划采取什么措施来改善净利润？

您好，从全球经济消费形势来看，宠物经济依然保持着稳定增长，虽然今年外销订单有一定承压，但这更多是受不同客户去库周期的影响，对于全球宠物经济的发展，公司依旧充满信心。未来，公司将继续完善募投项目的建设 and 实施，进一步释放产能，提升收入水平和盈利能力。新建厂区积极引进现代人工智能技术，全方位降低人工成本，助力公司降本增效；产品方面，

公司保持高研发投入进行功能设计，以提升产品的盈利水平；市场方面，对于国际市场，公司将巩固和扩大原有客户资源所对应的市场份额，积极开发新的国际市场范围及客户资源，不断扩大公司的国际市场销售规模。对于国内市场，公司将顺应宠物市场的发展趋势，整合国内销售资源与营销渠道，推动自有品牌的建设，提高国内市场份额；同时参与设立投资产业基金，把握宠物行业并购整合机会，为公司储备和培育新的战略发展项目，打造新的增长点。谢谢！

Q15:经营活动产生的现金流量净额为何大幅上涨了 70.10%？有哪些因素驱动了现金流的增长？

您好，公司生产所需主要原材料自一季度末采购价格开始回落，一季度出口订单受部分客户去库影响，订单有所减少，故购买商品、接受劳务支付的现金有所减少，经营活动产生的现金流净额大幅增长。谢谢！

Q16:依依卫生用品在卫生用品市场的市场份额如何？

您好，公司产品主要以宠物垫、宠物尿裤为主，由于没有细分到公司宠物尿垫、宠物尿裤相关数据的统计，市场份额无法计算。从对外出口金额来看，公司对外出口金额占国内海关同类产品出口额的比例连续多年在 30%以上，市场占有率水平相对较高，排名领先，市场地位较为稳固。谢谢！

Q17:公司如何传递“爱宠、爱己、爱生活”的养宠观念？这对公司的业务产生了什么影响？

您好，公司着力提升宠物主“精细化、家人陪伴式”养宠的消费体验，努力推进科学、文明养宠社会氛围的长效构筑。公司以“爱宠、爱己、爱生活”的养宠观念为基础，进行产品研发，一方面提升客户对公司产品品牌的认可度，另一方面有助于实现公司发展的长期愿景。谢谢！

Q18:依依股份作为宠物卫生护理用品领域的先行者，未来有哪些发展计划和目标？

您好，未来，公司将继续聚焦宠物卫生护理用品领域，凭借敏锐的市场洞察力和极强的产品迭代研发创新能力，全力驱动宠物卫生护理产业的消费升级；公司坚持国外加国内市场的双驱动策略，重点发力自主品牌，实现国内外业务收入的持续提升；同时进行产业链延伸布局，通过产业基金投资，依依股份将把握宠物行业并购整合机会，储备和培育新的战略发展项目，携

手业内优质企业共同打造国内宠物行业生态。谢谢！

Q19: 依依卫生用品的产品是否具有可定制性，以满足客户需求？

您好，公司产品主要以 ODM/OEM 模式销售，主要合作的客户大多为国际知名公司，如美国沃尔玛、亚马逊、PetSmart、日本 ITO、日本 JAPPELL、永旺等等。这些客户的产品大多为定制化产品，公司 2004 年进入到宠物一次性卫生用品领域，产品研发具备较大优势，能够满足客户的定制化产品需求。谢谢！

Q20: 公司如何处理和管理卫生用品生产中的废弃物和环保问题？

您好，针对公司在生产过程中产生的少量废水、废气、噪声、固体废弃物等情况，公司严格按照国家有关环境保护的法律和法规，采取了有效治理和预防措施，降低对环境的影响。其中，废水主要为生活污水，生活污水经过初级处理后排入市政污水管网，最终排入当地污水处理厂；废气主要为喷胶废气及食堂油烟，喷胶废气通过在车间活性炭机械吸附后排放食堂油烟通过油烟净化器处理后由专用烟道排放；固体废弃物主要为生产废弃物和生活垃圾，生产废弃物主要为粉尘、不合格品和边角料，统一收集后外售给物资回收部门，日常生活垃圾由环卫部门统一处理。公司的环保设施正处于有效运转中，环保设施的投入和有效运行将污染物的排放量控制在国家环保排放标准的指标范围之内，公司环保投资和相关费用成本支出与处理公司生产经营所产生的污染相匹配，可以满足公司日常生产经营所产生的污染治理需要。谢谢！

Q21: 公司对 2023 年下半年和未来一年的业绩有什么预期？是否有战略目标或愿景？

您好，从全球经济消费形势来看，宠物经济依然保持着稳定增长，虽然今年外销订单有一定承压，但这更多是受不同客户去库周期的影响，对于全球宠物经济的发展，公司依旧充满信心。此外，上半年公司积极参加国内外大型宠物专业展会，大力扩展、挖掘潜在客户，目前新拓展的客户目前已经贡献收入，新客户营收占比 5% 左右。展望下半年，经营情况将持续向好，销量增速有望环比提升。谢谢！

Q22: 为什么公司在 2023 年上半年的营业收入下降了 14.06%？主要原因是什么？

	<p>您好，2023年上半年公司实现营业收入6.28亿元，同比下降14.06%，相比一季度降幅19.51%进一步收窄。一季度受客户主动增加备货后去库存周期的影响，业绩出现下滑。二季度随着部分大客户逐步恢复正常下单以及全球市场的稳步拓展，产品的出货以及订单各方面均有较大幅度的回升，公司营收下滑比例收窄，同时单季度实现扣非后归母净利润4,796万元，同比增长40.13%。谢谢！</p>
附件清单	无
日期	2023年9月5日